

SKRIPSI

ANALISA TERHADAP FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PILIHAN *INTERNET SERVICE* *PROVIDER* (ISP) DIKALANGAN MAHASISWA SURABAYA



No. Buletin	0146/06
Tgl. Terbit	25-08-2005
Halaman	FTI
Penyusun	FT-2
Revisi	San
Revisi	a-1
Revisi	1 (Cetak)

Disusun Oleh :

Rohbi Sanjaya

Nrp : 5303098011

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2005

Lembar Pengesahan

Skripsi:

**“Analisa Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Internet Service Provider
(ISP) Dikalangan Mahasiswa Surabaya”**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai bukti bahwa mahasiswa :


Nama : Rohbi Sanjaya

Nrp : 5303098011

Telah menyelesaikan sebagian persyaratan kurikulum jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 30 Juni 2005

Pembimbing I,



(Suhartono, S. Si., MSc)

NIP : 132.135.220

Pembimbing II,



(Anastasia Lidya Maukar, ST., MSc)

NIK : 531.03.0564

Dewan Penguji

Ketua,



(Martinus Edy Sianto, ST., MT)

NIK : 531.98.0305

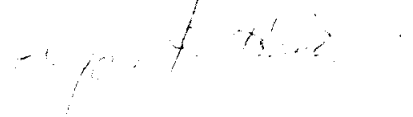
Anggota I,



(Dian Retno Saridewi, ST., MT)

NIK : 531.97.0298

Anggota II,



(Wahyono Kuntohadi, MSc. QM)

Mengetahui:

Fakultas Teknik,

✓ Dekan



(Ir. Rasional Sitepu, MEng)

NIK : 511.89.0154

Jurusan Teknik Industri,

Ketua Jurusan



(Julius Mulyono, ST., MT)

NIK : 531.97.0299

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhanku “YESUS KRISTUS” yang telah memberikan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisa terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan *Internet Provider* di kalangan mahasiswa surabaya ”

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi strata satu dan memperoleh gelar sarjana Teknik Industri, pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

Penulisan tugas akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini ijin penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sangat dalam kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing selama pelaksanaan dan penyelesaian tugas akhir ini, yaitu kepada :

1. Bapak Kwa See Yong, S.T, M.T., selaku ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Widya Mandala, Surabaya.
2. Bapak Ir. L.M. Hadi Santoso MM. selaku dosen wali dari penulis yang telah banyak memberikan kesempatan pada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Suhartono, S.Si, MSc. dan Ibu Anastasia L.M.ST.MSc. selaku dosen pembimbing, yang telah banyak memberikan masukan dan motivasi yang besar kepada penulis sehingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
4. Dosen-dosen pengajar di Jurusan Teknik Industri, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya, yang telah memberikan banyak pengajaran dan pengetahuan kepada penulis, selama masa-masa kuliah.
5. Bapak, Ibunda dan Keluarga yang tercinta, atas segala Doa dan dukungannya yang selalu mengalir tanpa henti..
6. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena itu saran dan kritik sangat diharapkan dari semua pihak guna lebih sempurnanya Tugas Akhir ini. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini bermanfaat.

Juni 2005

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Batasan Penelitian	2
E. Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
1. Pemasaran	4
1. Definisi Pemasaran	4
2. Fungsi dan Peranan Pemasaran.....	5
3. Karakteristik konsumen.....	15
2. pengumpulan data dan pengolahan data.....	18
1. Pengumpulan Data Primer.....	18
2. Uji Faliditas dan Reliabilitas.....	23
3. Analisa ketergantungan (cross-tab).....	24
4. Analisa MANOVA.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
1. Perumusan Masalah dan Penetapan Tujuan.....	29
2. Tinjauan Pustaka.....	29
3. Metodologi Penelitian.....	29
4. Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....	30
5. Analisa Data.....	31
BAB IV PENGOLAHAN DAN PENGUMPULAN DATA.....	33
1. Pengumpulan Data.....	33
2. Pengolahan Data.....	35
3. Hasil Kuesioner.....	36

	4. Pengolahan Data Dengan Crosstab.....	40
	5. Pengolahan Data Dengan MANOVA Dan ANOVA.....	40
BABV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
	1. Analisa Data.....	43
	1. Analisa Deskriptif.....	43
	2. Analisa Crosstab.....	45
	3. Analisa MANOVA Dan ANOVA.....	47
BABVI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
	A. Kesimpulan	50
DAFTAR PUSTAKA		vi
DAFTAR LAMPIRAN.....		vii
	1. Lampiran Kuesioner.....	K-1
	2. Lampiran Frekuensi.....	F-1
	3. Lampiran Analisa crosstab.....	C-1
	4. Lampiran Analisa MANOVA Dan ANOVA.....	M-1

ABSTRAK

Banyaknya perusahaan yang ada di pasar saat ini menimbulkan terjadinya persaingan yang ketat dalam merebut pangsa pasar. Masing-masing perusahaan saling berlomba-lomba untuk menawarkan berbagai kelebihan dari produknya. Hal ini juga terjadi pada perusahaan yang bergerak pada jasa layanan internet provider.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih layanan jasa internet provider. Faktor-faktor tersebut meliputi harga, kualitas, pelayanan, kemudahan akses, fasilitas, kualitas servis, dan sebagainya. dalam penelitian ini dipilih 6 internet provider sebagai studi kasus dan responden (pelanggan) mahasiswa sebagai obyek penelitian dari beberapa universitas baik dari swasta dan negeri yaitu Universitas Widya Mandala, Universitas Petra, Universitas Surabaya, ITS, dan UNAIR.

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisa data pada ke-6 internet provider tersebut secara umum menunjukkan tidak banyak perbedaan pada profile dan faktor-faktor yang berkaitan dengan prodak atau service quality. Hasil crosstabulasi menunjukkan hanya ada satu variabel dalam profile pelanggan yang ada berbeda yaitu lama waktu dalam 1 kali mengakses. Sedangkan analisa terhadap faktor – faktor yang berkaitan produk / service quality menunjukkan bahwa hanya faktor komunikasi interaktif yang signifikan berbeda pada ke-6 provider tersebut.

Kata kunci : Crosstab, MANOVA, ANOVA

ABSTRACT

As the numbers of enterprises in the global market are getting higher, it causes the tight competition among them to dominate the market. Each enterprises does their best in offering the superiority of their products. It is also happened to the internet service provider enterprises.

This research is done in order to figure out the factors which is influence yhe costumers in choosing the internet service provider. That factor are price, quality, service, the easy access, facility, service quality, etc. The six internet provider are choosen for case study and student's respondent as research objects, who come from few of private university and public university, eg: UWM, UK Petra, UBAYA, ITS and UNAIR.

Based on the processing ang analysis data of the six internet provider, the result are the same. The crosstabulation shows that there is only one difference of variabel in costumer profile. It is about time duration in every single access. Meanwhile, the factors related to the product/ service quality, after being analyze with MANOVA, indicates the same result. On the other hand, ANOVA analysis shows that the interactive communication is significant different on the provider. According to anova, P value is 0.012.

The key words : crosstab, MANOVA, ANOVA.